



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

# **FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES**

**ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE NEGOCIOS  
INTERNACIONALES**

## **ESTRATEGIAS COMPETITIVAS Y EXPORTACIÓN DE CAÑIHUA AL MERCADO ALEMAN 2008-2014**

**TESIS PARA OBTENER EL TITULO PROFESIONAL DE:  
LICENCIADO EN NEGOCIOS INTERNACIONALES**

**AUTOR:**

**SHAKIRA KASSANDRA ESTEFANIA FERRADA CASTILLO**

**ASESOR:**

**DR. LUIS ENRIQUE MONCADA SALCEDO**

**LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:**

**COMERCIO INTERNACIONAL**

**LIMA-PERÚ**

**2015**

### **Dedicatoria**

A mi familia, por su apoyo constante  
e incondicional, en especial a mis  
padres, por sus consejos y respaldo

### **Agradecimiento**

Agradezco en primer lugar a Dios por bendecirme en todo momento, luego a mis compañeros y docentes quienes fueron parte esencial en mi etapa universitaria.

### **Declaratoria de autenticidad**

Yo, Shakira Kassandra Estefania, Ferrada Castillo con DNI N° 72466215 a efecto de cumplir con los criterios de evaluación de la experiencia curricular de Desarrollo del Proyecto de Tesis, declaro bajo juramento que toda la documentación que acompaño es veraz y auténtica.

Así mismo, declaro también bajo juramento que todos los datos e información que se presenta en la presente tesis son auténticos y veraces.

En tal sentido, asumo la responsabilidad que corresponda ante cualquier falsedad, ocultamiento y omisión, tanto en los documentos como de información aportada por lo cual me someto a lo dispuesto en las normas académicas de la Universidad César Vallejo.

Lima, 22 de Junio de 2015.

.....  
Shakira Kassandra Estefania, Ferrada Castillo

## **Presentación**

El presente trabajo de investigación titulado estrategias competitivas y exportación de cañihua al mercado Alemán 2008 – 2014 busca demostrar la relación existente entre las estrategias competitivas y la exportación de cañihua. La presente investigación no experimental transversal realizada es de tipo descriptivo - Correlacional, cuya investigación se orienta a identificar la influencia entre la variable independiente y la variable dependiente

Para poder demostrarlo se ha identificado dos variables las cuales son: estrategias competitivas y exportación.

Asimismo la primera variable se divide en dos dimensiones: liderazgo en costos y diferenciación, la segunda variable posee dos dimensiones: volumen de exportación y valor de exportación. Para lograr demostrar la relación existente entre las estrategias competitivas y la exportación de cañihua se usaron datos ex post facto los cuales fueron extraídos de páginas confiables.

El presente trabajo de investigación a su vez está compuesto por siete capítulos:

Capítulo I presentamos la introducción: donde encontraremos los antecedentes, marco teórico y justificación como también se encuentra el problema general, objetivo general; e hipótesis general cada uno con sus respectivos problemas, objetivos e hipótesis específicos.

Capítulo II. Marco Metodológico: Donde se describen las variables, el tipo de investigación, la forma en cómo se va realizar, a quien se va estudiar, etc.

Capítulo III. Resultados: donde se encuentran los resultados donde procederá a dar el tratamiento estadístico a los datos para que de esta manera nos permitan demostrar la hipótesis general planteada y sus respectivas hipótesis específicas.

Capítulo IV. Discusión: donde se contrastan las tesis, teorías, artículos científicos empleados en la presente tesis con los resultados obtenidos.

En el capítulo V. Conclusiones: donde se menciona las respuestas a las hipótesis específicas y por ende a la hipótesis general.

En el capítulo VI. Recomendaciones: el cual es obtenido de la presente investigación, de gran utilidad para los interesados en el tema.

En el capítulo VII. Referencias Bibliográficas: donde se encontrarán las fuentes en base a las cuales se ha realizado la investigación.

Finalmente los Anexos en donde se indicará la matriz de consistencia y los cuadros y reportes finales

Además de ello espero que la presente investigación sea de guía y gran utilidad para los estudiantes, población en general y pequeños y medianos exportadores.

## Índice

	<b>Pág.</b>
Dedicatoria	03
Agradecimiento	03
Declaratoria de autenticidad	04
Presentación	05
Índice	06
RESUMEN	07
ABSTRACT	08
I. INTRODUCCIÓN	
1.1 Problema	17
1.2 Objetivos	18
II. MARCO METODOLÓGICO	
2.1 Hipótesis	19
2.2 Variables	20
2.3 Operacionalización de variables	20
2.4 Metodología	20
2.5 Tipos de estudio	20
2.6 Diseño	20
2.7 Población, muestra y muestreo	20
2.8 Técnicas e instrumentos de recolección de datos	20
2.9 Métodos de análisis de datos	20
2.10 Aspectos éticos	20
III. RESULTADOS	21
IV. DISCUSIÓN	27
V. CONCLUSIONES	28
VI. RECOMENDACIONES	29
VII. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	30
ANEXOS	32

## RESUMEN

En la actualidad, los productos naturales están atravesando uno de sus mejores momentos en el exterior, debiendo recalcar que la producción de cañihua es considerada importante en la dieta alimentaria, ya que contiene gran cantidad de nutrientes, y elevado valor nutritivo. Teniendo el Perú una gran variedad, lo cual lo hace muy atractivo, siendo de importancia económica, nutricional y social, para la población peruana. Por ello, la investigación tiene como objetivo determinar la relación entre las estrategias competitivas y la exportación a Alemania 2008-2014, por lo que se utilizó una metodología observacional. No se requirió hacer una distinción entre población, muestra y muestreo ya que los datos que hemos utilizado son datos ex post facto. Sin embargo, tuvo como objeto de estudio a las empresas exportadoras de cañihua al mercado Alemán. Asimismo, no se requiere una técnica, ni instrumento de recolección para la obtención de datos, ya que se extrajeron la información de fuentes existentes. Se ha identificado que existe una evolución ascendente en el estudio del volumen exportado, ya que la producción nacional es eficiente para abastecer la demanda, Alemania en la actualidad es el segundo país destino para exportar este producto, por tal motivo existen muchas oportunidades para los productos peruanos. Asimismo, el valor exportado y precio de la cañihua, tienen una tendencia ascendente ya que los costos de la cañihua, en el exterior cada vez existe un alza. De manera que se concluye que la exportación de cañihua al mercado de Alemania 2008-2014, ha tenido una tendencia creciente.

Un ejemplo de ello son los cereales o granos andinos incluyen la Quinoa, kiwicha, Cañihua y cebada, entre otros. Todos estos productos tienen atributos funcionales con alto contenido de proteínas, fibras, minerales y vitaminas forman un alimento orgánico de base nutritiva y medicinal. Las organizaciones de alimentos peruanos están enfocando sus estrategias de innovación en el desarrollo de alimentos funcionales basado en los recursos locales procedente de Perú con perspectivas de exportación a los mercados norteamericano y europeo donde existe una creciente demanda de productos naturales nutritivos y carentes de insumos químicos

Asimismo por las bondades del producto es necesario promoverla y potencializarla dentro la economía familiar local, en sectores donde los factores climáticos (helada y granizo) son adversos.

Por lo expuesto, esta investigación está dirigida en la búsqueda de respuestas a los diversos problemas expuestos. Es relevante porque servirá como fuente de información sistematizada, para la orientación y promoción del agricultor hacia mejores alternativas de uso, producción y comercialización de la cañihua.

## ABSTRACT

At present, natural products are going through one of their best moments on the outside, must emphasize that the production of cañihua is considered important in the diet because it contains plenty of nutrients, and high nutritional value. Peru having a variety, which makes it very attractive, being economic, nutritional and social importance for the Peruvian population. Therefore, the research aims to determine the relationship between competitive strategies and export to Germany 2008-2014, so an observational methodology was used. It is not required to distinguish between population, sample and sampling as data is data we used ex post facto. However, he had as study object to exporting companies cañihua the German market. Also, a technique for collecting instrument or data collection is not required, as the information extracted from existing sources. It has been identified that there is an upward trend in the study of export volume, as domestic production is efficient to meet demand, Germany today is the second largest destination for export this product, for this reason there are many opportunities for products Peruvians. Also, the price of exported and cañihua, value have an upward trend since cañihua costs, increasingly abroad up there. So we conclude that the export market cañihua Germany 2008-2014, has had a growing trend.

An example of this is the Andean cereals or grains include quinoa, amaranth, Cañihua and barley, among others. All these products have functional attributes that are high in protein, fiber, minerals and vitamins are organic food nutritious and medicinal base. Peruvian food organizations are focusing their innovation strategies in the development of functional foods based on local resources from Peru to export prospects for the US and European markets where there is growing demand for nutritious and natural products devoid of chemical inputs

Also by the benefits of the product it is necessary protencializar and promote within the local family economy, in sectors where climate factors (frost and hail) are adverse.

For these reasons, this research is aimed at finding answers to the many problems exposed. It is relevant because it will serve as a source of systematic information for the orientation and promotion of better alternatives for farmers to use, production and marketing of cañihua.